

# Wie sie wurden, was sie sind

Fünf PR-Experten, fünf verschiedene Karrieren – nachgezeichnet am Beispiel von Absolventen der „Heidelberger Schule“. **Von Christina Busse**

Was wird aus den angehenden PR-Profis, wenn sie ihre Ausbildung beendet haben? Die vergangenen Jahre, in denen die Stellen knapper und die Arbeitsbedingungen schwieriger geworden sind, boten hinreichend Stoff für Karriere-Geschichten zwischen Auf- und Abstieg, zwischen Freude und Frust, zwischen beruflichem Aufbruch und enttäuschten Erwartungen. Der PR Report hat fünf Absolventen der „Heidelberger Schule“ (PR dual) nach ihrem beruflichen Werdegang befragt.

Networking steht bei den ehemaligen Kommilitonen hoch im Kurs. „Der Austausch innerhalb des PR-dual-Netzwerks findet bis heute statt, zum Beispiel vor Neukundenpräsentationen“, erzählt Peter Verclas. Er hatte vor sechs Jahren an der Ausbildung zum PR-Berater /PR-Referenten von öffentlichkeitsarbeit.de teilgenommen.



**Peter Verclas (33)**, Geschäftsführender Gesellschafter bei verclas & friends, Heidelberg

Über seine politische Tätigkeit als Pressesprecher im Orts- und Kreisverband einer Partei und als Mitarbeiter eines Bundestagsabgeordneten hat Peter Verclas während des Studiums sein Interesse an der PR entdeckt. „Hier bin ich angefüllt worden“, erzählt er, „von Kondolenzschreiben bis Veranstaltungsorganisation hat mir die Wahlkreisbetreuung, also die Öffentlichkeitsarbeit, Spaß ge-

macht.“ Als Verclas nach dem Studium vor der Frage „Lehrberuf oder PR-Branche“ stand, hat er nicht lange gezögert. Von 1997 bis 1998 absolvierte er die Ausbildung PR dual und stieg zeitgleich als PR-Trainee bei PR Partner, einer mittelständischen Agentur in München, ein.

Ganz bewusst hatte er sich für eine Agentur entschieden: „Hier wird umfassender ausgebildet als im Unternehmen“, dachte Verclas und wurde in seiner Annahme bestätigt. In enger Zusammenarbeit mit Agenturchef Hans-Georg Möckesch arbeitete sich Verclas vom Trainee über den Junior-Berater zum Berater hoch. Dann zog es ihn in die Heimat zurück.

Im Jahr 2000 wechselte er zu Waggener Edstrom in Heidelberg, einer der weltweit größten inhabergeführten PR-Agenturen für Hightech, IT und Biowissenschaften. Dort verantwortete Verclas die Accounts von SAP-Tochterunternehmen in Deutschland und war Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung. Nach zweieinhalb Jahren stand die Schließung des Heidelberger Offices bevor – und Verclas vor der Entscheidung: Umzug nach München oder auf eigenen Beinen stehen?

„Ich hatte nie die Zielsetzung, mich selbstständig zu machen“, sagt Verclas. Entsprechend skeptisch wagte er im vergangenen Jahr den Schritt in die Selbstständigkeit – obwohl er in Absprache mit dem früheren Arbeitgeber zwei von ihm betreuten Kunden mitnehmen durfte. Zusammen mit einem Partner leitet er heute als Geschäftsführender Gesellschafter die verclas & friends kommunika-

tionsberatung in Heidelberg. In diesem Jahr kamen weitere Kunden hinzu, und es stieß ein Senior-PR-Berater zum Team.

Kommt ihm dabei auch die PR-Ausbildung noch zugute? „Beraterqualitäten – wo hole ich meinen Kunden ab, wie reagiere ich in einer Konfliktsituation, wie verhalte ich mich im Kundenmeeting? – lernt man in der Praxis. Leider fehlen in der Branche die starken Persönlichkeiten, die Vorbilder mit Erfahrung“, bedauert Verclas.

Er selbst will bald einen Volontär in seiner eigenen Agentur „heranziehen“. „Ich habe selbst davon profitiert und möchte die Vorteile gerne weitergeben.“



**Katja Bolliger (32)**, Redakteurin interne Medien bei der F. Hoffmann-La Roche AG, Basel

„PR-Leute? Das sind doch diejenigen in großen Unternehmen, die lügen, wenn es etwas zu vertuschen gibt.“ – Heute lacht Katja Bolliger über das Bild, das sie früher von Öffentlichkeitsarbeit hatte. Ursprünglich wollte die gebürtige Darmstädterin Journalistin werden. Neben dem Studium der Politikwissenschaften, Soziologie und Volkswirtschaftslehre an der Universität Heidelberg sammelte sie Erfahrung als freie Mitarbeiterin in der Lokalredaktion des „Bergsträßer Echos“. Während ihres ersten Jobs nach dem Studium – technische Assistentin im Bereich Customer Service Operations bei der Heidelberger Druckmaschinen AG – entdeckte sie, dass die PR mit ihrem breiten Tätigkeitsspektrum reizvoller sein könnte.

Im Studienjahr 2000/01 konnte sie sich bei öffentlichkeitsarbeit.de davon überzeugen, dass die enge Verzahnung von Volontariat und theoretischem Hintergrund gute berufliche Chancen eröffnet. „Man sollte die Zeit unbedingt nutzen, um den Referenten aus der Praxis Löcher in den Bauch zu fragen – so eine Möglichkeit ist einmalig“, rät Bolliger allen angehenden Lehrgangs-Teilnehmern. oef-

fentlichkeitsarbeit.de vermittelte ihr parallel zur Weiterbildung einen Volontariatsplatz bei der PR-Agentur Communication Harmonists in Heidelberg. Nach drei Monaten avancierte sie dort zur Junior-Beraterin und war bis März dieses Jahres für Kunden aus der Health-, IT- und Hightech Branche tätig.

Dabei konnte sie das ihr in der Ausbildung vermittelte Bild von Journalisten bald korrigieren: „Sie wurden uns als schwierige Zielgruppe präsentiert, tatsächlich zeigen sie sich jedoch als sehr zugänglich und entgegenkommend“, so Bolligers Erfahrung. Was sie gerne stärker vermittelt bekommen hätte, ist die Kommunikation nach innen, vor allem, wie man psychologisch geschickt Verhandlungen mit Menschen führt, die extrem unter (Kosten-) Druck stehen.

Vor einem halben Jahr hat Katja Bolliger die Seite gewechselt. Von der kleinen Agentur mit kurzen Wegen in ein komplexes Großunternehmen, für das sie bereits zu Agenturzeiten tätig war. Bei der F. Hoffmann-La Roche AG ist sie Redakteurin in der Abteilung Interne Kommunikation der Division Diagnostics, die vor allem Laborgeräte entwickelt. Hier in Basel, der weltweiten Zentrale der Roche Diagnostics, betreut sie das Mitarbeitermagazin, das fünfmal jährlich in über 40 Ländern und in fünf Sprachen in Kooperation mit einem internationalen Netzwerk von Korrespondenten für mehr als 17.000 Mitarbeiter erscheint.



**Martina Sprotte (42)**, Projektleiterin Public Affairs bei Johansen + Kretschmer, Berlin

Nach Studium und Promotion in den Fächern Kunstgeschichte und Germanistik war Martina Sprotte klar: „Ich will in die Öffentlichkeitsarbeit einer Kulturinstitution.“ Doch dann kam der Frust: Alle interessanten Stellen wurden mit PRLern besetzt. „Ich selbst bin durchs Raster gefallen, war zu alt.

Es hat keinen interessiert, was ich vorher gemacht hatte“, musste die gebürtige Hamburgerin beim Bewerbungsmarathon feststellen.

„Vorher“, das waren nicht nur die Studienjahre in Göttingen, unter anderem im Fach Kommunikationswissenschaften, sondern vor allem sechs Jahre Erfahrung im Tageszeitungs-Journalismus von der Pike auf – vom Volontariat beim „Pinneberger Tageblatt“ bis zur Redakteurin für Kommunalpolitik und Gerichtsberichterstattung bei der „Braunschweiger Zeitung“. Ihre Chance sah Sprotte in einer weiteren Ausbildung. PR dual erschien ihr mit der Kombination von Theorie und Praxis ideal.

Das praktische Know-how erwarb sie sich als Volontärin und Assistentin der Geschäftsleitung bei Topcom Communication in Liederbach, unter anderem mit Kunden wie dem Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung (Kampagne „Teilzeit ist mehr“), Avanza (Kommunikation zum deutschen Markteintritt) und Bank1Saar (Fusionskommunikation). Den theoretischen Teil bei öffentlichkeitsarbeit.de empfand Sprotte als ideale Ergänzung. „80 Prozent dessen konnte ich direkt anwenden – es passte perfekt“, erzählt sie rückblickend.

Das Material von damals nimmt sie heute noch als Nachschlagewerk zur Hand. „Wie man im Arbeitsalltag mit Druckereien und Grafikern umgeht, hätte allerdings praxisbezogener sein können“, meint Sprotte und regt einen Tagesausflug in eine Druckerei an – „damit man sich ein Bild über die Arbeitsabläufe vor Ort machen kann.“

Positiv beurteilt sie die Bandbreite der Teilnehmer von PR dual, die nicht nur in Bezug auf das Alter und die Vorerfahrung stark variieren, sondern sich vor allem in den unterschiedlichsten PR-Bereichen Praxiswissen aneignen und sich zu Studienzeiten entsprechend darüber austauschen.

Sprotte selbst ging 2001 als Büroleiterin der Topcom Communication nach Berlin, mit Schwerpunkt Public Affairs. Dies blieb ihr Metier, als sie nach drei Jahren „mal was Neues“ machte – „in die-

sem Bereich zählen Lebensjahre als Vorteil“, so Sprottes Erfahrung. Seit Herbst 2003 ist sie bei Johansen + Kretschmer Strategische Kommunikation in Berlin als Projektleiterin für das Bundespressesamt zuständig, für das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie diverse Kulturprojekte. „Damit schließt sich der Kreis zur Kommunalpolitik genauso wieder wie zur Kunst“, freut sich Sprotte, die zurzeit unter anderem die Staatlichen Kunstsammlungen Dresden mit der Neueröffnung des „Grünen Gewölbes“ betreut.



**Jan Prust (34),** Stellvertretender Geschäftsführer der Stadtmarketing Mannheim GmbH

„Die Ausbildung hat mir nur Glück gebracht.“ – Jan Prust ist mit seinem beruflichen Werdegang sichtlich zufrieden. Am ersten Durchlauf von PR dual hat er teilgenommen, im Jahr 1997/98. „Damals hat man noch ausprobiert, es gab zum Beispiel noch keine PCs, und für Layouts haben wir noch geschnipst und geklebt“, erinnert er sich.

Spaß hatten die Studierenden auf jeden Fall, und gebracht hat es auch etwas: „Es war eine lehrreiche Zeit, die mir bis heute hilft“, ist sich Prust sicher. Erste Erfahrungen in der Öffentlichkeitsarbeit hatte er bereits während des Studiums als Kulturreferent des ASTA gemacht – „ein prägender und stärkender Abschnitt“, wie er findet. Dieses Wissen wollte er vertiefen, wie viele reizte ihn an PR dual die Verquickung von Theorie und Praxis. Das begleitende Volontariat in einer neugegründeten Agentur, aber „mit alten Hasen mit viel Power“ diente als vielversprechendes Sprungbrett in die PR. „Hier konnte ich mich auch als Anfänger richtig gut einbringen.“

„Auf die Freundschaft!“ lautete der bekannte Agenturslogan für eine Biermarke in diesem ersten Jahr. Danach vier weitere „spannende Jahre“ bei Deekeling mit

„Erste-Reihe-Projekten“, die viel über Kommunikation in Veränderungsprozessen lehrten.

Seit September 2003 ist Prust zurück in seiner Heimatstadt, im Stadtmarketing Mannheim. Dort seit März dieses Jahres als stellvertretender Geschäftsführer. Ziel der 2001 gegründeten GmbH, deren Anteile zu 51 Prozent von großen Unternehmen, zu 49 Prozent von der Stadt gehalten werden, ist es, Mannheim attraktiver und bekannter für junge Arbeitnehmer zu machen; die Öffentlichkeitsarbeit ist im Aufbau. Prust fühlt sich hier genau am richtigen Platz. „Emotional bin ich Mannheim verbunden, und die Zukunft weisende Kooperation von Wirtschaft und Politik ist wichtig für das Fortkommen der Stadt“, berichtet er. Ganz klar, dass zum bald zehnköpfigen Team auch ein PR dual-Volontär gehört.



**Simone Endrueit (32),** Presse-referentin bei der IBM Deutschland Entwicklung GmbH, Stuttgart

„Die Geisteswissenschaften würde ich als meine Leidenschaft bezeichnen, doch auch in der Technik gibt es spannende Themen“, findet Simone Endrueit. Und das ist gut so, denn „autonome Computersysteme“ und „Hochleistungsnetzwerke“ sind aktuell die Themen, die sie nicht nur gegenüber der Fachpresse kommuniziert.

Auf den PR-Dreh ist die gebürtige Heidelbergerin während ihres Germanistikstudiums mit dem Schwerpunkt Medien- und Kommunikationswissenschaften gekommen, in ihrer Masterarbeit nahm sie „Die Instrumente der internen Öffentlichkeitsarbeit am Beispiel der Daimler Chrysler AG“ unter die Lupe. Für den Berufseinstieg diente ihr ein 18-monatiges Volontariat bei der IBM Deutschland in Stuttgart im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Serversparte des IT-Riesen. Schon traditionell profitieren hier alle Volontäre von der Kombination von Theorie und Praxis: auf

der einen Seite die breite Erfahrung, die ein großes Unternehmen bietet, auf der anderen Seite die begleitende theoretische Ausbildung PR dual bei öffentlichkeitsarbeit.de, die das Themenspektrum noch erweitert und an praxisorientierten Beispielen lehrt. Dass manche Themen bei der großen Bandbreite nur angerissen werden können, bedauert Endrueit. Insbesondere mit den neuen Medien, wie Online-Kommunikation oder Business-TV, hätte sie sich gerne eingehender befasst.

Bei der IBM-Tochterfirma ist sie als Pressereferentin in einem vierköpfigen Team vor allem für Unternehmensthemen und für die Interne Kommunikation zuständig. Einem weiteren Bereich, der seit dem vergangenen Jahr in ihrer Verantwortung liegt, widmet sie sich besonders gern: der Volontariatsbetreuung. Für sechs „PR-Azubis“ ist sie zurzeit die Ansprechpartnerin rund um Ausbildungsfragen. „Für viele ist PR dual ein zusätzlicher Anreiz, zu IBM zu kommen“, erzählt Endrueit, die ihrerseits heute von den Vorteilen des PR-Doppelpacks profitiert.

**Den Kontakt halten**

Um den Kommunikationsfachleuten auch nach der Ausbildung ein festes Forum für den Wissens- und Ideentransfer zu bieten, organisiert öffentlichkeitsarbeit.de für die Ehemaligen Alumni-Treffen. „Wir planen, im Herbst 2005 wieder die über 1.000 Absolventen, die bei uns in den drei verschiedenen Programmen ihre PR-Beraterprüfung gemacht haben, zu einem Treffen mit Kongress-Charakter nach Heidelberg einzuladen“, berichtet Bert Ziegler, Partner bei der Agentur Eisele & Partner und zuständig für das Marketing beim Bildungsträger. Die Veranstaltung nach dem „closed shop“-Prinzip soll zukünftig im zweijährlichen Rhythmus Vorträge zu einem jeweiligen Schwerpunktthema bieten und viel Raum zur Kontaktpflege lassen.

Nicht zuletzt spielt dieser Gedanke bei der Kundenbindung eine Rolle: öffentlichkeitsarbeit.de bietet auch Seminare für im Beruf stehende Fachleute an. ■